

PRINCIPIOS DEL MODELO LINEAL Y CIRCULAR

EMPRESAS

PRINCIPIOS DEL MODELO LINEAL



El producto como fuente de creación de valor

Los márgenes de beneficio se basan en la diferencia entre el precio de mercado del producto y el coste de producirlo. La estrategia para incrementar beneficios es vender más productos y mantener los costes de producción tan bajos como sea posible. La innovación tecnológica deja obsoletos a los productos antiguos y empuja a los consumidores a comprar nuevos productos. La protección de los derechos de propiedad intelectual, fuente principal de valor, deriva en medidas de protección de diseños, como la creación de barreras a la reparación del producto, en vez de compartir la información técnica de los productos y sus manuales de reparación.



Economías de escala en cadenas de producción globales

La eficiencia en costes guía la optimización de las cadenas de producción globales, minimizando los costes de los recursos, personal y transporte.



Dirigir las necesidades del consumidor hacia la oferta de producto

Son preferidos los productos con corta esperanza de vida ya que son más baratos de producir y promueve la generación de un futuro mercado de productos nuevos cuando los actuales sean reemplazados. El mantenimiento y la reparación son evitados, debido a que es más rentable vender nuevos productos que reparar los viejos.



Tendencia a la indiferencia en la fase final de la vida del producto

No existe incentivo económico en el aumento de la longevidad de los productos, tampoco en la reutilización o remanufactura de los mismos ya que van en contra de la mayoría de los modelos de negocio lineales.

PRINCIPIOS DEL MODELO CIRCULAR

Funcionalidad / Rendimiento como fuente de creación de valor

Los productos son parte de un modelo de negocio integrado y focalizado en la distribución de un servicio funcional. La competencia se basa en la creación de servicios de valor añadido alrededor de un producto, no en la mera venta del producto. La innovación en el modelo social y de negocio permite la creación de valor extra mediante la aplicación de innovación tecnológica para solventar necesidades sociales. Como el producto es parte del activo de las empresas, la minimización del coste es conseguida mediante la longevidad del producto, la reutilización, reparación y remanufactura.

Ubicación de la producción y uso cada vez más relacionados

Como la provisión del servicio esta físicamente conectada con la ubicación del consumidor, existe una ventaja relacionada con producir/organizar productos físicos, utilizados en la prestación de un servicio, en una localización cercana al usuario.

Las necesidades/deseos del consumidor guían el rol del producto

Ofrecer el mejor servicio se traduce en satisfacer las necesidades del usuario con una combinación de servicio y producto.

Incentivo interno para incorporar modelos de negocio en la fase final de la vida del producto

Como los productos son activos, minimizar el coste del ciclo de vida del producto es un incentivo implícito para la empresa, que deriva en una búsqueda del mejor equilibrio económico entre la reutilización, reparación, remanufactura y reciclado de productos.



PRINCIPIOS DEL MODELO LINEAL Y CIRCULAR

CONSUMIDOR

PRINCIPIOS DEL MODELO LINEAL



El consumismo sigue al marketing

Los consumidores quieren nuevos productos que sigan el ritmo de las modas y los avances tecnológicos. Los consumidores quieren que sus necesidades conecten con la oferta de productos disponibles.



Oportunidades internacionales para la reducción de costes

Los consumidores buscan la versión más barata de un producto en el mercado internacional, valiéndose del e-commerce.



La propiedad es la norma

La posesión de un producto es considerada como la manera normal de satisfacer una necesidad. A lo largo del tiempo, los productos previamente considerados de lujo se convierten en commodities debido a la reducción de los costes de producción. Bajo garantía legal, la reparación del producto se considera demasiado cara en comparación con la compra de un nuevo producto. La reparación do-it-yourself es considerada demasiado difícil debido a la complejidad de los diseños y la falta de información disponible sobre sus aspectos técnicos.



Bajo o nulo valor residual de los productos

El final de la vida de los productos es considerado una carga, que debe ser eliminada de la manera más barata posible (mediante la venta de segunda mano, almacenando el producto en las propios hogares de los usuarios, mediante sistemas legales de depósito de residuos o la incineración y el dumping ilegal).

PRINCIPIOS DEL MODELO CIRCULAR

La satisfacción del cliente es el principal driver

En una relación basada en servicios y soluciones el consumidor da más y mejor feed back a la empresa proveedora de servicios, incrementando la concienciación de los consumidores acerca de sus necesidades actuales. En otros casos, los consumidores acaban convirtiéndose en «prosumidores» que co-crean o co-producen los productos y servicios que realmente necesitan.

Actitud de «lo local primero»

La accesibilidad al proveedor del servicio es parte de la experiencia del servicio, que responde a la proximidad como criterio de elección por parte del consumidor.

La accesibilidad es la norma

La satisfacción de necesidades es guiada en primera instancia por la accesibilidad de un producto y la satisfacción que provee su utilización al usuario. Diferentes segmentos de consumidores pueden acceder a productos de su elección mediante servicios personalizados o compartiendo productos mediante redes peer-to-peer. Los acuerdos de provisión de servicios son un incentivo para el cuidado del producto para el productor y el usuario, dependiendo del tipo de acuerdo.

Incorporación de incentivos en el fin del uso

Si los productos son parte del servicio, hay incentivos para que éstos retornen al proveedor después de su uso, evitando el almacenamiento de productos obsoletos en los hogares de los consumidores y el dumping ilegal.

PRINCIPIOS DEL MODELO LINEAL Y CIRCULAR

GOBIERNO

PRINCIPIOS DEL MODELO LINEAL

**Dendencia del sistema de producción existente**

Hay una fuerte relación entre la producción en masa de bienes y la focalización en el recorte de costes de producción. En general, deriva en una búsqueda de la máxima eficiencia en la producción, lo que acaba traduciéndose en la búsqueda de menores costes de personal y menor creación de empleo.

**Campo de juego global**

La competencia por factores económicos en el mercado internacional condiciona las políticas sociales y medioambientales de las naciones.

**Equilibrio entre la protección del consumidor y los intereses económicos**

La protección de los derechos del consumidor es reactiva y normalmente orientada a proteger las apuestas económicas existentes, como la recaudación mediante el impuesto sobre el valor añadido.

**Acción provocada por preocupaciones medioambientales y de la salud**

No hay incentivo inherente para la regulación de los residuos generados en la fase final de la vida de un producto. Solo cuando la preocupación por el medioambiente o la salud ciudadana crece, la regulación reacciona para minimizar los impactos negativos generados.

PRINCIPIOS DEL MODELO CIRCULAR

Mayor focalización en facilitar personal cualificado

Actividades más locales y basadas en el servicio requieren un mayor número de personal cualificado a un precio asequible. Los políticos pueden facilitar este hecho mediante la elaboración de políticas que apuesten por un movimiento de la carga fiscal desde el trabajo hacia los recursos.

Menor riesgo de externalización de trabajos

Como la gestión de productos, como activos locales, es más complicada de externalizar, una competencia feroz entre los diferentes países que condicione las políticas sociales y medioambientales es menos atractiva.

Facilitar servicios seguros y saludables mediante la regulación

Como el respeto por los derechos del consumidor y su seguridad son un incentivo para una prestación de servicios de alta calidad y un buen rendimiento de la empresa, las políticas se focalizan en impulsar este tipo de servicios.

Facilitar la gestión del final de la vida útil

La responsabilidad extendida del productor crea incentivos para que las empresas internalicen la gestión del fin de la vida útil de sus productos. Los gobiernos proveen la infraestructura básica e impulsan sistemas fiscales que apoyan la logística inversa.